CCI BAYONNE PAYS BASQUE
Euskal Herri

COMPTABILITE, GESTION

CONSTRUIRE SON BUSINESS PLAN

CONTACTS

DUDRET Thomas
BESCOS Christiane
05 59 46 58 03
cciformations@bayonne.cci.fr

PRIX	DUREE	DATES	LIEU
580 €	2 journées 14 heures	2015 : 2 et 3 juillet	Centre Consulaire de Formation

PUBLIC

- Responsable d'entreprise individuelle (artisanale, commerciale ou de production), de TPE/PME, responsable d'exploitation ou de secteur comptable, commercial

OBJECTIFS

- Définir les facteurs clés de succès ou d'échec d'un business plan
- Appréhender les indicateurs marché et décliner une stratégie à partir de l'analyse des points forts et des points faibles de l'entreprise
- Réussir la concrétisation du business plan financier dans l'entreprise
- Eviter les écarts entre les prévisions et les réalisations

MOYENS ET METHODES

- Apports théoriques et exercices d'application
- A l'issue de la formation, les participants disposeront d'un mode d'emploi pour bâtir et piloter le business plan dans leur entreprise de façon autonome

EVALUATION ET VALIDATION

- Evaluation en fin de formation : atteinte des objectifs, mesures des écarts éventuels.
- Questionnaire de satisfaction.
- Attestation de formation délivrée par le centre à chaque stagiaire.

PROGRAMME

INTRODUCTION

- La structure du Business Plan, comment relier les conclusions de l'analyse du marché au Business Plan ?

MAITRISER LA DEMARCHE DU PLAN MARKETING

- Les objectifs et les enjeux du plan marketing : pourquoi mettre en place un plan marketing ? Quels sont les apports de cette démarche ? Comment optimiser les résultats ?
- Les étapes clés de construction du plan : élaboration détaillée de la stratégie commerciale, mise à disposition d'outils et méthodes à chaque étape du plan
- La conquête de nouveaux clients : la démarche commerciale

COMMENT BATIR LE PLAN MARKETING-COMMERCIAL EN FONCTION DES CONCLUSIONS DE L'ANALYSE DU MARCHE ?

COMMENT ESTIMER LES MOYENS HUMAINS ET COMPETENCES NECESSAIRES ? COMMENT ORGANISER LE CALENDRIER DES ACTIONS ?

DECLINAISON DE LA STRATEGIE MARKETING DANS SON ENTREPRISE

- Traduire les orientations stratégiques de l'entreprise
- Stratégie commerciale, lancement nouveau produit, diversification de produits, approche d'une nouvelle clientèle, d'un canal de distribution
- Évaluer la contribution des actions marketing à l'atteinte des objectifs généraux
- Traduire le plan marketing en actions dans mon entreprise
- Définir les plans d'actions et en assurer la cohérence :
  - ✓ mesure des points faibles et des points forts,
  - ✓ mise en place d'un plan stratégique pour atteindre les objectifs du plan marketing
  - ✓ travaux en sous groupe répondant aux différentes problématiques

MENER LA PREVISION DE L'ACTIVIE A PARTIR D'ELEMENTS DU DIAGNOSTIC INTERNE ET EXTERNE

- Prévision des ventes et détermination des coûts structurels
- Mise en place d'un compte de résultat et d'un bilan prévisionnel
- Mise en place d'un tableau de flux de trésorerie prévisionnel
- Calcul du seuil de rentabilité
- Analyse du besoin en fonds de roulement (des différentes composantes et impacts financiers) et détermination des solutions de financement
- Si investissement : mise en place d'un plan de financement et recherche des solutions de financement interne et externe